Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное

учреждение высшего профессионального образования

**"Национальный исследовательский университет**

**"Высшая школа экономики"**

**Факультет коммуникаций, медиа и дизайна**

НАПРАВЛЕНИЕ

«Медиакоммуникации»

Степень (квалификация):

Магистр в области медиакоммуникаций

**Программа**

**«Трансмедийное производство в цифровых индустриях»**

Концепция магистерской программы

Шифр направления: 42.04.05.

**Москва, 2016**

**Концепция магистерской программы**

**«Трансмедийное производство в цифровых индустриях»**

1. **Необходимость и цели магистерской программы**

**Актуальность программы**

Медиаиндустрия во всем мире сегодня ориентирована на работу в диджитал-среде. Цифровые практики производства и потребления контента постоянно меняются: стриминг- видео, олнайн-музыка, интерактивные приложения, агрегация видеоконтента и т.д. В этих условиях происходит слияние медиаиндустрии как отрасли производства контента с отраслями связи и информационных технологий – формируются специфические цифровые индустрии, в которых производство медиаконтента оказывается частью сложной технологической цепочки производства смыслов и услуг.

В результате цифровые индустрии остро нуждается в специалистах, легко осваивающих новые технологии и знающих весь циклпроизводства цифровых продуктов: от дизайн-стратегии до проектного менеджмента, от понимания фронт-энд программирования до оценки бэк-энд разработки.

Предлагаемая программа является логическим развитием существующей программы «Медиапроизводство в креативных индустриях». В новой программе мы не отказываемся от упора проектное обучение, позволяющее в ходе образовательного процесса пройти несколько полных циклов медиапроизвоства. Однако если в существующей программе акцент был сделан, прежде всего, на работу в традиционных медиа и с традиционными форматами, но новая программа будет ориентирована на цифровые среды.

***Digital producer***, которого мы будем готовить, - одна из самых новых и востребованных сегодня специальностей в области медиа. Круг их профессиональных обязанностей очень зависит от платформы и специфики компании. Однако общим требованием является сочетание творческих, дизайнерских, технологических, программистских, управленческих и предпринимательских навыков.

Мы будем с самого начала обучения ориентировать студентов на трансмедийные проекты, так как это позволит формировать универсальных специалистов, обладающих нелинейным творческим и управленческим мышлением, которое не «замкнуто» на определенной технологической цепочке конкретной медиаплатформы, а ориентировано на использование различных медиаплатформ как дополняющих друг друга инструментов «рассказывания истории».

В настоящее время на рынке образовательных услуг в сфере продюсерства не существует образовательных программ, ориентированных на подготовку универсальных продюсеров для различных медиаплатформ. В таких вузах, как ГИТР или ВГИК учат «узких» продюсеров в конкретных предметных сферах (продюсеры в сфере кино или продюсеры в сфере ТВ), что не позволяет им получить навыки для работы сразу на нескольких медиаплатформах.

На зарубежных образовательных рынках данное направление только начинает возникать на базе программ в области цифровой анимации, кинопродюсерства и т.п. Следовательно, открытие программы в НИУ ВШЭ позволит лучше следовать за временем и конкурировать за студентов на мировых рынках.

Кроме того, такая программа позволит задействовать все образовательные ресурсы, которые есть на разных департаментах факультета коммуникаций, медиа и дизайна, способствуя их интеграции.

**Необходимость и цели магистерской программы**

Предлагаемая программ сохраняет по отношению к программе «Медиапроизводство в креативных индустриях» и преемственность с точки зрения базовых теоретических концептов. В теоретических подходах мы продолжаем опираться на концепт «креативных индустрий». Однако за время существования нынешней программы сами индустрии находились в состоянии развития и существенно трансформировались.

Креативные индустрии никогда не являлись единой отраслью. Они состоят из достаточно широкого круга разнообразных индустрий (от традиционной архитектуры до компьютерных игр и мультимедийной продукции в Интернете). Каждая из этих индустрий имеет свою логику развития, свои традиции, свои бизнес-модели. Понятия «креативные индустрии», «культурные индустрии», «творческие индустрии» часто используются в качестве синонимов. На наш взгляд, и второе, и третье названия слишком широко определяют предмет изучения и круг актуальных вопросов. (Понятие «культурная индустрия» как объект критического обсуждения ввели в оборот представители Франкфуртской школы социологии Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер - Т .Адорно, М.Хоркхаймер. Диалектика Просвещения (1947), глава «Культурная индустрия: Просвещение как обман масс»).

На данном этапе нам представляется правильным сосредоточить свое внимание на одном из сегментов **– цифровых индустриях – наиболее перспективной и активно развивающейся области.**

Аудитория цифровых индустрий находится на стадии формирования, однако очевидно, что она чрезвычайно нестабильна в предпочтениях. Ее интересы могут поменяться в одночасье. Что происходит с аудиторией можно увидеть на примере изменения поведения пользователей на рынке мобильных приложений, который и тогда, и сейчас является самым показательным из всей медиаотрасли, потому что стабильно показывает один из самых высоких темпов роста среди рынков интеллектуальных продуктов и медиа. В 2014 году компания comScore, которая измеряет поведенческую активность людей в цифровом пространстве, опубликовала аналитический отчет по США[[1]](#footnote-2), в котором говорилось, что 65 процентов обладателей смартфонов перестали загружать новые приложения. Эти цифры не говорят о спаде интереса к мобильным приложениям, но показывают общую пресыщенность пользователей середины 2000-х, которые стали слишком искушенными.

Такой публике постоянно нужен новый контент: по содержанию, по оформлению, по смыслам, по практикам потребления. Таким форматом стал мультимедийный сторителлинг, который берет начало от публикации проекта «Snow Fall» в The New York Times в 2012 году. «Snow Fall» стал проектом, в котором сторителлинг – умение рассказывать истории – соединился с мультимедийными технологиями – умением эти истории показывать. Эта диффузия действительно оказалась плодотворной: на стыке родились новые медийные форматы. Они сумели изменить расстановку сил в медиа, к этому времени переживавшим кризис информационной перенасыщенности коротких текстов. Мультимедийный сторителлинг со всем его изяществом и избыточностью стал отдушиной для медиа и ответом на аудиторный запрос: теперь у одних есть что производить, у других есть что смотреть, читая.

Следующим этапом развития становится сегодня транмедийный сторителлинг, который не только рассказывает и показывает медийные истории на одной платформе, но и вовлекает аудиторию в своеобразную игру, заставляя зрителя самостоятельно «собирать» историю из контента, развивающегося одновременно на разных медиаплощадках.

Для создания подобных проектов нужны особые компетенции, которым на нашем рынке образовательных услуг пока не предлагают. Частичные пересечения есть с магистерской программой СПБГИ кино и телевидения «Техника и технология цифрового кинематографа» (к обучению там подходят со стороны кинотехнологий), а также с программой МBA Государственного университета управления «Иформационный менеджмент» (обучают цифровому менеджменту и маркетингу).

Cамыми  популярными площадками ***конкурентных платных курсов*** являются:

Нетология (http://netology.ru/ ), школа интерактивных коммуникаций ИКРА (<http://www.ikraikra.ru/>), Британская Высшая школа дизайна (<http://britishdesign.ru/courses/design-startup/> ), школа для изучения основ программирования MoscowCodingSchool (<http://moscoding.ru/>), интенсивы Института «Стрелка». Однако все эти площадки не дают дипломы государственного образца.

**Западные аналоги и партнеры**

Программы, обучающие специалистов по продюсированию в цифровых средах есть у наших партнеров – КТH на факультете компьютерных наук и медиа. На программе *«Медиа менджмент»,* с которой мы традиционно работаем, очень много курсов про дигитальному менеджменту (<https://www.kth.se/en/studies/master/kth/mediamanagement/course-overview-1.412675> ), Программа *«Интерактивные технологии в медиа»* более творческая и похожа на то, чем планируем заниматься мы. (<https://www.kth.se/en/studies/master/kth/interactivemediatechnology/course-overview-1.593766>)

*Программа «Индастриал менеджмент»* в большей степени посвящена управлению IT проектами (это одна из самых популярных магистерских программ в KTH)<https://www.kth.se/en/studies/master/kth/indmanagement/course-overview-1.268639>.

Также курсы по цифровому кино, продюсированию, дизайну компьютерных игр и т.д. есть у наших партнеров в Нью-Йоркской киноакадемии и Лионской киношколе и т.д.

*Вузы, находящиеся в партнерстве с НИУ ВШЭ (университетский уровень) предлагающие программы связанные с Digitalmedia и смежные области*

(направления Digital Humanities, Digital Media, Interactive Media идругие): American University, USA; George Mason University, USA; San Diego University, USA; Charles III University, Spain; PompeuFabra University , Spain; University of Oslo, Norway; University of Tromsø, Norway; Meritorious Autonomous University of Puebla, Mexico; Autonomous University of San Luis Potosí, Mexico; Lancaster University, Great Britain; Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt, Germany; FreieUniversität Berlin, Germany; University of Passau, Germany; Ludwig-Maximilians-UniversitätMünchen, Germany; Karlshochschule International University, Germany; University of Helsinki, Finland; University of Winnipeg, Canada.

**Обоснование потребности в магистрах данного профиля**

Наши выпускники будут работать как вдиджитал подразделениях крупных медиа холдингов и традиционных медиа компаний, так и в цифровых агентствах и производственных компаниях, небольших веб-студиях, рекламных агентствах, в издательствах, музеях, университетах и библиотеках.

**Магистерская программа «Трансмедийное производство в цифровых индустриях» ориентирована на**:

* выпускников бакалавриата НИУ ВШЭ, социальных специальностей (истории, филологии, социологии, политологии, философии, медиакоммуникаций), а также дизайнеров, программистов, менеджеров;
* выпускников бакалавриата других высших учебных заведений Российской Федерации и иных государств с аналогичными профилями
* выпускников творческих вузов (музыкальных, художественных, кинематографических);
* сотрудников СМИ, имеющих опыт работы в медиапроизводстве, деятельность которых диктует необходимость получения соответствующего уровня высшего образования.

Трансмедийное производство в области цифровых индустрий требует от специалистов не только владения современными технологиями, но и творческих способностей. Поэтому магистратура по данной специальности может оказаться привлекательной для выпускников творческих вузов, таких, как ВГИК, ГИТИС и др., в первую очередь, тех, кто уже имеет опыт работы в аудиовизуальных СМИ. Наличие профессиональных представлений в области медиапроизводства, полученных эмпирическим путем, частично компенсирует несоответствие первого образование профилю магистратуры.

Такая схема поступления соответствует зарубежному опыту отбора студентов, ориентированному на уже имеющиеся у абитуриента профессиональные компетенции, полученные в ходе практической деятельности.

**Набор компетенций, формируемых в процессе обучения**

В магистерской программе «Тренсмедийное производство в цифровых индустриях» выражена компетентностная модель подготовки магистров, которая формируется в рамках Болонского процесса и становится универсальной моделью высшего образования в европейских странах, в том числе в России, основой перехода к современным образовательным стандартам. Программа нацелена на подготовку высококвалифицированных специалистов, обладающих развитым творческим мышлением и пониманием технологических и бизнес-особенностей цифрового производства.

Важной частью программы будет развитие *навыков трансмедийного сторителлинга*, так как при опережающем развитии цифровых технологий главной проблемой становится придумывание интересных историй и умение их рассказать с использованием тех возможностей, которые предоставляют новые цифровые среды.

В основе обучения - набор компетенций, необходимых для производства мультимедийного контента для любых сред, включающие в *себя базовые программистские и дизайнерские компетенции;* знания в области *стратегического, проектного менеджмента в цифровых средах, бизнес-моделирования, сетевого маркетинга, специфических подходов к монетизации, правовому регулированию*.

Мы не видим прямой необходимости учить студентов программированию (для этого существуют соответствующие образовательные направления), однако они должны понимать основы алгоритмирования и создания ПО для того, чтобы быть способными ставить задачи профессиональным программистам.

**Список компетенций:**

***сторителлинг и нарративная специфика трансмедийных проектов***

* основы сторителлинга
* приемы повествования для различных платформ
* нарративная специфика трансмедийных проектов

***общие знания цифровой среды, управления цифровыми проектами***

* базовое понимание веб 2.0, в том числе социальных медиа и облачных вычислений, понимание структуры сети Интернет
* понимание и использование поисковой оптимизации, SEO
* использование и понимание понятий метаданные и SemanticWeb
* проектный менеджмент цифровых проектов и умение управлять командой IT специалистов и дизайнеров
* понимание того, как функционирует международный диджитал рынок: аутсорсинг и фриланс, управление удаленной и распределенной командой
* знание принципов Интернет-маркетинга и платежных систем в Интернете
* знание особенностей авторского и договорного права в интернете, проектной документации

***веб-дизайна и интерактивного дизайна***

* основы графического дизайна, корпоративный/коммерческий дизайн и брендинг в цифровой среде
* основы UX дизайна
* веб-дизайн, моушн-дизайн

***технические основы разработки цифровых продуктов и платформ, программирование***

* способность самостоятельно создавать/понимать как происходит разработка веб-страниц и сайтов с помощью HTML, CSS и JavaScript. Понимание современных интерактивных веб-технологий.
* знание работы бэк-енда (серверной «невидимой» части каждого веб-проекта) и как программирование связано с внешним видом Интернет платформ.
* общее знание технических основ и контроля разработки цифровых проектов
* базовые знания в области алгоритмирования

**Особенности содержания программы**

Предлагаемая магистерская программа носит преимущественно прикладной характер и ориентирована на получение конкретных навыков в области трансмедийного производства как на базе существующих производящих компаний - партнеров программы, так и в рамках проектной работы на факультете коммуникаций, медиа и дизайна. Обучение будет вестись так, чтобы студенты уже на этапе создания учебных проектов могли попробовать себя в качестве участников всех звеньев производственной цепочки: от момента зарождения идеи (создания креативных проектов), через непосредственно производство (с учетом бизнес-логики и использованием цифровых технологий). Слушатели также получат представления о распространении медиапродуктов (их дальнейшей циркуляции путем эфирных трансляций, кинопоказов, размещения в Интернете и т. д.), а также коммерческого потребления (получения определенного опыта конечным пользователем, анализ этого опыта производителем контента).

Владение медиапроизводством в области цифровых индустрий как системой предполагает наличие у студентов фундаментальных базовых знаний в области массовых коммуникаций в целом, их структуры, теоретических подходов к ним, а также целостных представлений в области правовых основ регулирования медиа и экономики медиаиндустрии. Кроме того, студенты должны обладать базовыми знаниями о диверсификации цифровых медиаформатов в привязке к нишевым сегментам аудитории, уметь вести системный мониторинг изменений в отрасли и оперативно отслеживать внедряемые инновации.

Создание качественного контента предполагает наличие компромисса между творческой свободой специалистов и их вовлеченностью в структурированный процесс собственно производства. Сопутствующей задачей является необходимость получения магистром знаний в области межличностных взаимоотношений, умения соблюдать баланс взаимных интересов и творческих воль.

**Данная модель магистерской программы предполагает следующую структуру**:

* наличие цикла общетеоретических дисциплин, нацеленных на формирование базовых представлений о теории, истории и экономических особенностях средств массовой коммуникации;
* наличие базовых курсов, необходимых для понимания креативного характера медиапроизводства (принципов трансмедийного сторителлинга, алгоритмизирования сложных проектов, написание технических заданий для дизайнеров и программистов и т.д.), а также правовой среды современных медиа;
* наличие прикладных дисциплин в области медиапроизводства, а также производственной практики на площадках образовательных партнеров (практикующих производящих цифровых медиакомпаниях)
* наличие альтернативности в ходе формирования индивидуальной программы подготовки магистра, достигаемой посредством широкого перечня дисциплин по выбору, ориентированных преимущественно на формирование навыков в области конкретных тематических, жанровых и технологических специализаций будущих медиапрофессионалов. Система курсов по выбору создает также условия для ориентации магистров не только на практику, но и, к примеру, на научную и аналитическую работу;
* наличие форм проектной работы в рамках образовательного процесса с участием магистрантов разных специализаций (проектный семинар, подготовка курсового проекта, подготовка магистерской проектной ВКР).
* Программа обучения предполагает междисциплинарный характер подготовки магистров и привлечение (в рамках преимущественно курсов по выбору) к участию в ней сотрудников других департаментов факультета коммуникаций, медиа и дизайна, а также других факультетов НИУ ВШЭ.

Программа задумана в соответствии с международными стандартами подготовки магистров, что должно обеспечить, с одной стороны, высокий уровень ориентации магистрантов на реальную работу в области трансмедийного производства в цифровых индустриях, с другой стороны, способствовать повышению профессионализма масс-коммуникационной среды через импорт зарубежных стандартов и подходов к журналистике и мультимедиа-технологиям.

**Общая характеристика учебного плана**

Магистерская программа «Трансмедийное производство в цифровых индустриях» реализуется в рамках направления 42.04.05 – медиакоммуникации и соответствует образовательному стандарту ГОБУ ВПО НИУ ВШЭ по данному направлению.

Магистерская программа включает следующие **учебные курсы**:

**Базовые дисциплины** общие для всех программ стандарта медиакоммуникации

* «История и теория медиа»,
* «Экономика медиа»,
* «Технологии медиапроизводства»,
* «Правовые аспекты медиа».

Д**исциплины специализации**

* *Трансмедийныйсторителлинг*(8 кредитов, 1-3 модуль)
* *Компьютерный дизайн*(8 кредитов, 2-4 модуль) .
* *Продюсированиетрансмедийных проектов*(10 кредитов, 4-6 модуль)

**Блок дисциплин по выбору** предлагается весь стоить на онлайн-курсах.

Это удешевляет программу и дает возможность каждому студенту сформировать уникальный набор дополнительных компетенций, что позволит ему быть не только более конкурентоспособным, но сформирует навык «непрерывного обучения», который пригодится ему в будущем. Подбор будет осуществляться с учетом изменяющийся карты специфических компетенций.

**Проектный семинар**

Мы полагаем, что при подготовке магистров с таким кругом компетенций наиболее эффективным будет **проектный подход к обучению.** За два года студент должен будет подготовить 6 трансмедийных (т.е. предполагающих несколько «расширений» на разных медиаплатформах) проектов.

***Предполагаемые направления проектной деятельности*** *(реализуются по модулям группами по 3-5 человек) в рамках проектного семинара*  ***(48 кредитов***)

1 модуль - цифровая книга

2 модуль - онлайн-образовательный курс

3 модуль -музейные или выставочные проекты

4 модуль - телевизионный проект (с трансмедийным расширением)

5 модуль - веб-документалистика или веб-сериал

6 модуль - компьютерная игра (с трансмедийным расширением)

**Практика**

Прикладная производственная практика на базе цифровых продюсерских компаний и СМИ.

**Проектно-аналитическая работа магистранта**

* Подготовка курсового проекта.
* Подготовка магистерской проектной ВКР.

**Квалификационные требования к выпускнику магистерской программы**

Магистр подготовлен к деятельности, требующей фундаментальной и профессиональной подготовки, в том числе к производственно-технологической и научно-аналитической работе.

**Обеспеченность магистерской программы профессорско-преподавательским составом**

Специфика программы требует существования наряду с академическим руководителем, творческого руководителя, чья деятельность сосредоточена на взаимодействии с индустрией и организации проектный деятельности студентов в процессе обучения.

Основой кадрового обеспечения магистерской программы «Трансмедийного производства в цифровых индустриях» является профессорско-преподавательский состав факультета коммуникаций медиа и дизайна. Наряду с этим к проведению занятий в ходе реализации магистерской программы планируется привлечь профессорско-преподавательский состав различных подразделений НИУ «Высшая школа экономики», в частности, факультета компьютерных наук, а также (на условиях внешнего совместительства) сотрудников ведущих студий, производящих трансмедийный цифровой контент (для чтения профессиональных прикладных курсов, руководства отдельными проектами и практикой и т.д.), музейных работников, специалистов по онлайн-образованию и т.д.

1. The U.S. Mobile App Report // comScore. 2014. URL: https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/The-US-Mobile-App-Report (дата обращения 23.08.2015). [↑](#footnote-ref-2)